**Маніторынг: “Асвятленне прэзідэнцкай кампаніі 2020 года ў беларускіх медыя”**

**Выніковы даклад**

*(25 траўня — 20 жніўня 2020 г.)*

Даклад падсумоўвае вынікі маніторынгу асвятлення прэзідэнцкай кампаніі 2020 года ў беларускіх медыя.

**1. Уводзіны**

**2. Падсумаванне**

**3. Асноўныя вынікі**

**Прэтэндэнты, кандыдаты і асаблівасці асвятлення кампаніі**

*3.1 Дзяржаўныя медыя*

*3.2 Прамы доступ*

*3.3 Выбаршчыкі, недзяржаўныя медыя і іх пазіцыянаванне*

*3.4 Недзяржаўныя медыя*

**4. Медыйныя ацэнкі кампаніі**

**5. Высновы**

1. **Уводзіны**

Базуючыся на якасным і колькасным аналізе[[1]](#footnote-2) публікацый выбарчай тэматыкі ў дзяржаўных і недзяржаўных СМІ[[2]](#footnote-3), маніторынг меў на мэце спрыяць прафесійнаму і аб’ектыўнаму асвятленню выбарчай кампаніі. А таксамазвярнуць увагу калег на тое, што поўнае і неперадузятае інфармаванне выбаршчыкаў пра электаральны працэс, праграмы кандыдатаў, меркаванні іх прыхільнікаў і апанентаў — прафесійны абавязак журналістаў і медыя.

1. **Падсумаванне**

* Мінулая кампанія вылучалася надзвычай высокай актыўнасцю выбаршчыкаў, што выявілася ўжо на этапе збору подпісаў на карысць некаторых апанентаў дзеючага Прэзідэнта.
* На гэтую актыўнасць улады адрэагавалі шматлікімі затрыманнямі і арыштамі сябраў ініцыятыўных груп, грамадскіх актывістаў і апазіцыйных палітыкаў. Нарэшце, быў арыштаваны і самы папулярны прэтэндэнт на пасаду Прэзідэнта Віктар Бабарыка, а таксама яго сын Эдуард — кіраўнік ініцыятыўнай групы. Крымінальная справа была заведзеная і ў дачыненні яшчэ аднаго прэтэндэнта Валерыя Цапкалы.
* Дзяржаўныя медыя, у сваю чаргу, імкнуліся мінімізаваць увагу да выбарчай кампаніі, а таксама дыскрэдытаваць яе галоўных актараў, а менавіта, — апанентаў дзеючага Прэзідэнта і іх шматлікіх прыхільнікаў.
* Навінавыя праграмы беларускага ТБ і радыё толькі зрэдчас анансавалі сюжэты, прысвечаныя гэтай тэматыцы. А самымі важнымі і топавымі былі сюжэты, звязаныя з паездкамі дзеючага Прэзідэнта па краіне, яго сустрэчы з працаўнікамі прадпрыемстваў і прадстаўнікамі сілавых структур, выступы перад рэгіянальнымі адміністрацыямі і г. д. І толькі ў заключны перыяд кампаніі, калі пачалося датэрміновае галасаванне, тэма выбараў сталася дамінантнай.
* Агульны фон асвятлення кампаніі складалі поспехі краіны, дасягнутыя дзякуючы таленту дзеючага Прэзідэнта і беларускага народа.
* Акрамя дэманстрацыі поспехаў у эканоміцы, сацыяльнай сферы, медыцыне і культуры асвятленне кампаніі абапіралася і на некаторыя іншыя прапагандысцкія пасылы. А менавіта: апаненты дзеючага Прэзідэнта — дэструктыўная сіла, у краіне ідзе добра арганізаваная кампанія па дыскрэдытацыі ўлады, Беларусь апынулася перад пагрозай страты дзяржаўнага суверэнітэту.
* Даволі частымі былі і канспіралагічныя алюзіі. Апаненты рэжыму трактаваліся як змоўшчыкі і марыянеткі, дзеяннямі якіх кіруюць *“лялькаводы”* з Усходу і Захаду праз папулярныя ў краіне блогі і стрымы. Выбаршчыкаў застрашвалі замежным умяшальніцтвам і падзелам краіны, што мусяць адбыцца, калі да ўлады прыйдуць апаненты рэжыму.
* Зарэгістраваныя кандыдаты атрымалі права доступу да дзяржаўных медыя. Дзеючы Прэзідэнт (і адначасова кандыдат), аднак, адмовіўся ад запісу медыязваротаў да выбаршчыкаў, а таксама ад удзелу ў дэбатах. Разам з тым на пачатку датэрміновага галасавання ён выступіў з Пасланнем беларускаму народу і Нацыянальнаму сходу, якое фактычна і было яго перадвыбарчай праграмай.
* Што да зваротаў іншых кандыдатаў, то яны трансляваліся ў нярэйтынгавы час. А іх прыхільнікі і апаненты не мелі магчымасці абмеркаваць іх змест па дзяржаўным тэлебачанні ці радыё.
* Выступы кандыдатаў не анансаваліся. Іх прозвішчы ў праграмах перадач не падаваліся. Інфармацыя пра чарговасць і час выступу кожнага з іх адсутнічала. Праграмы перадач адно пазначалі: *“Выступления кандидатов в Президенты Республики Беларусь”.*
* Адрозна ад дзяржаўных недзяржаўныя медыя акцэнтавалі ўвагу на непасрэдных удзельніках кампаніі, развіцці і дынаміцы выбарчага працэсу, актыўнасці выбаршчыкаў. У цэнтры іх увагі былі таксама асобы ўсіх кандыдатаў і іх палітычныя пазіцыі.
* Важнымі тэмамі былі таксама грамадскія ініцыятывы, звязаныя з назіраннем і падлікам галасоў, а таксама затрыманні ўдзельнікаў мірных акцый і незалежных журналістаў.
* Паслявыбарчыя ацэнкі кампаніі ў дзяржаўных і недзяржаўных медыя розніліся супрацьлеглым чынам. А тое, як названыя медыя асвятлялі саму кампанію, галасаванне і іх вынікі, масавыя пратэсты выбаршчыкаў, абураных непразрыстай працэдурай падліку галасоў і іх фальсіфікацыямі, выявіла глыбокі раскол у медыйнай супольнасці краіны.

Надалей будуць выкладзеныя канкрэтныя факты і колькасныя паказчыкі, на падставе якіх можна меркаваць пра асаблівасці і тэндэнцыі асвятлення прэзідэнцкай кампаніі.

**3. Асноўныя вынікі**

Няма сумневу, што некаторыя важныя факты і падзеі паспрыялі цікавасці да сёлетняй кампаніі. А менавіта, гаворка пра з’яўленне прэтэндэнтаў на пасаду Прэзідэнта, якія не належаць да традыцыйнай апазіцыі, імклівы рост папулярнасці некаторых з іх, нечаканая палітызацыя значнай часткі гарадскога насельніцтва, якое раней не брала ўдзел у палітыцы, змены ў сродках і спосабах атрымання інфармацыі, нарэшце, драматычныя падзеі, звязаныя з арыштамі сябраў ініцыятыўных груп, узбуджэнне крымінальных спраў супраць двух найбольш папулярных альтэрнатыўных прэтэндэнтаў, арышт самага папулярнага з іх — сп. Бабарыкі, а таксама некаторых вядомых блогераў, грамадскіх актывістаў і палітыкаў.

**Прэтэндэнты, кандыдаты і асаблівасці асвятлення кампаніі**

*3.1* *Дзяржаўныя медыя*

Варта адзначыць, што, калі падчас папярэдніх кампаній галоўнай медыйнай персонай была старшыня ЦВК Лідзія Ярмошына, то падчас гэтай аўтарам найбольш яркіх выказванняў быў кіраўнік краіны сп. Лукашэнка.

Вось адно з такіх выказванняў, якое перадае танальнасць жорсткага супрацьстаяння ўлады некаторым яе апанентам: *“Представители ряда инициативных групп злоупотребляют правом на проведение пикетов для раскачивания ситуации и дестабилизации общественно-политической обстановки, потом они сформируют команды и группы боевиков, которые, не исключено, захотят организовать побоище на площади” (“Панорама”*, *“Беларусь 1”, 09.06.2020).*

І ў адным з выпускаў навінавай праграмы *“Панорама”* Прэзідэнт фактычна заяўляў пра ўжыванне сілы ў выпадку актыўных і масавых пратэстаў: *“В нужное время в нужном месте мы приведём всех в чувство! Переворота в стране не будет, Майдана тем более!” (“Панорама”*, *“Беларусь 1”, 10.06.2020).*

Час ад часу дзяржаўныя медыя акцэнтавалі ўвагу на тым, што некаторыя прэтэндэнты на вышэйшую пасаду дзейнічаюць паводле ўказанняў замежных цэнтраў. Напрыканцы перыяду збору подпісаў, калі адзін з прэтэндэнтаў ужо быў за кратамі, інфармацыйнае агенцтва БелТА цытавала дзеючага Прэзідэнта: *"Маски сорваны с определенных не только кукол, которые у нас здесь были, но и кукловодов, которые сидят за пределами Беларуси”.* <https://www.belta.by/president/view/net-bolshej-tsennosti-chem-suverennaja-i-nezavisimaja-belarus-lukashenko-niko>

Варта адзначыць і агульны эмацыйны тон выказванняў, які часам выглядаў на апакаліптычны. *“Нынешнее лето — важный экзамен для власти… На кону — мир, суверенитет, будущее”,* — казаў на пачатку аднаго з выпускаў праграмы *“Контуры”* яе вядоўца *(“Контуры”, АНТ, 07.06.2020).*

Парадаксальна, але нягледзячы на даволі высокую эмацыйную напружанасць кампаніі, увага да выбарчай тэматыкі спецыяльна не падкрэслівалася: анонсы ў выпусках навін на радыё і ТБ, як правіла, адсутнічалі. Друкаваныя выданні не мелі адпаведных рубрык, матэрыялы публікаваліся спарадычна. Што да падзей выбарчай кампаніі, то гаворка пра іх даволі часта ішла ў кантэксце выказванняў Прэзідэнта альбо ўскосна.

Вылучым некаторыя характэрныя асаблівасці асвятлення кампаніі, якія добра бачныя на дыяграмах маніторынгу:

*Увага на “галоўнага” прэтэндэнта.* Абагульняючыя дыяграмы суб’ектаў выбарчага працэсу паказваюць, што сп. Лукашэнка, Прэзідэнт і адначасова прэтэндэнт на новы тэрмін, займаў цэнтральнае месца ва ўсіх дзяржаўных медыя. Да прыкладу, вечаровыя навінавыя тэлевізійныя праграмы *“Наши новости” (25.05. — 08.08.2020)* і *“Панорама” (25.05. — 08.08.2020)* сумарна прысвяцілі яму па75 % эфірнага часу параўнальна з іншымі суб’ектамі кампаніі*.* А ранішняя праграма *“Радыёфакт” (25.05. — 08.08.2020)* *— 73 %.*

У іншых дзяржаўных медыя, як электронных так і друкаваных, назіралася аналагічная карціна. А калі лічбы “прысутнасці” былі меншыя, то тое тычылася рэгіянальных СМІ.

*Ігнараванне і дыскрэдытацыя апанентаў*. З адзначанай вышэй тэндэнцыяй рэзка кантрастуе прэзентацыя іншых кандыдатаў. У шэрагу дзяржаўных медыя яны толькі ўзгадваліся, г. зн., падчас публікацыі ці агучвання інфармацыі датычна рэгістрацыі кандыдатаў. Напрыклад, аднолькавыя лічбы “прысутнасці” (0,019 %) апанентаў дзеючага Прэзідэнта на дыяграме газеты *“Могилёвская правда”* азначаюць, што іхныя прозвішчы адно называліся ў інфармацыі ЦВК.

А ў тых дзяржаўных медыя, дзе прэтэндэнты былі прысутныя, іх партрэтавалі ў адмоўным ці надзвычай адмоўным святле. (На дыяграмах дзяржаўных СМІ гэта слупкі чырвонага колеру.)

З такімі ацэнкамі апанентаў кантрастуюць характарыстыкі галоўнага прэтэндэнта, якія былі альбо надзвычай станоўчыя, проста станоўчыя, альбо нейтральныя. (Слупкі зялёнага ці белага колеру адпаведна.)

*Непрыярытэтнасць тэмы.* Парадоксам можа выглядаць тое, штодзяржаўныя медыя мінімізавалі тэму выбараў, прынамсі, што тычыцца большай часткі кампаніі. Аднак гэта сапраўды так. І ў гэтым ёсць пэўны сэнс, а менавіта — тэма зрабілася прыярытэтнай толькі тады, калі распачалося датэрміновае галасаванне (амаль за тыдзень да дня асноўнага галасавання). У гэты перыяд дзяржаўныя медыя імкнуліся не толькі мабілізаваць выбаршчыкаў узяць удзел у датэрміновым галасаванні, але і прыхавана альбо адкрыта агітавалі за дзеючага Прэзідэнта, які на пачатку перыяду датэрміновага галасавання выступіў са зваротам да народа і парламента.

Вось прыклады такой агітацыі. Вядоўца навінавай праграмы *“Панорама”:* **“***Поддержать своего кандидата досрочно можно по 8 августа включительно. Необходимо лишь предъявить документ, удостоверяющий личность. Сегодня на участках оживлённо, и причина тому в том числе и прозвучавшее накануне послание президента, которое имеет огромный резонанс”(“Панорама”, “Беларусь 1”, 05.08.2020).*

І яшчэ адно выказванне, пабудаванае паводле той жа прапагандысцкай мадэлі: *“Уже третий день белорусы продолжают активно выражать свою гражданскую позицию и приходят на избирательные участки, чтобы отдать голос за своего кандидата. Что сплачивает всех — переживание за будущее страны. Свежо в памяти и прозвучавшее послание президента народу и парламенту, искренние слова всколыхнули сердца белорусов” (“Панорама”, “Беларусь 1”, 06.08.2020).*

За кошт падобных матэрыялаў час і плошча, адведзеныя выбарчай тэматыцы ў дзяржаўных электронных і друкаваных СМІ, істотна павялічыліся.

Толькі адно параўнанне. Калі падчас папярэдняга перыяду кампаніі *(05.07. — 02.08.2020)* тэма выбараў у навінавай праграме *“Радыёфакт” Першага нацыянальнага канала* займала *3.38 %* часу параўнальна з іншымі тэмамі, то ў апошні тыдзень яе доля ўжо сягала *30 %.*

*3.2 Прамы доступ*

Выступы і медыядэбаты кандыдатаў — найбольш істотная частка агітацыйнай кампаніі. Абавязак забяспечыць прамы доступ Цэнтральная выбарчая камісія (ЦВК) усклала на дзяржаўныя медыя.

Параўнальна з прэзідэнцкай кампаніяй 2015 г. рэйтынгавасць выступаў кандыдатаў, аднак, пагоршылася. Калі ў 2015 г. тэлезвароты пачыналіся ўвечары з 19.30 (у 2010 г. з 19.00), то сёлета — з 17.00. Няма сумневу, што значная частка працоўнага насельніцтва не мела магчымасці пазнаёміцца з імі ў вызначаны час.

Разам з тым дзяржаўныя друкаваныя і электронныя медыя папярэдне адмыслова не анансавалі тэле- і радыёзвароты кандыдатаў. Праграмы перадач не друкавалі іх прозвішчаў. А інфармацыя пра чарговасць і канкрэтны час пачатку выступаў кожнага канкрэтнага кандыдата адсутнічала.

У нярэйтынгавы час канал “*Беларусь 1”* трансляваў і тэледэбаты (ад 17.00).

Фармальна дзяржаўныя медыя забяспечылі роўны доступ кандыдатам. Аднак праз пагаршэнне рэйтынгавасці відэа-, аўдыязваротаў і тэледэбатаў спрычыніліся да змяншэння да іх увагі з боку выбаршчыкаў.

На сайце *Белтэлерадыёкампаніі* запісы гэтых зваротаў не дубляваліся*.* Пошук па запыце “Выступления кандидатов в президенты” прыводзіць да відэазваротаў кандыдатаў-спойлераў кампаніі 2015 г. (https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/vystupleniya-kandidatov-v-prezidenty/).

Што да зместу выступаў кандыдатаў-апанентаў, то стаўленне да іх з боку дзяржаўных журналістаў і медыя агучыў старшыня *Белтэлерадыёкампаніі* сп. Эйсмант: *“Предвыборные речи некоторых кандидатов просто пропитаны неправдой, что мы не раз демонстрировали в наших программах” (“Понятная политика плюс”, “Беларусь 1”, 29.07.2020).* Зразумела, што ў тыя тэлевізійныя праграмы, якія меў на ўвазе старшыня, кандыдатаў не запрашалі. Адпаведна, яны не мелі і магчымасці адказаць.

Прысутнасць жа альтэрнатыўных кандыдатаў у дзяржаўных медыя па-за межамі прамога доступу была не проста мінімальная, а мізэрная, што і дэманструюць “замеры” іх прысутнасці ў дзяржаўных медыя, пададзеныя вышэй.

Як ужо адзначалася, дзеючы Прэзідэнт адмовіўся ад выступаў па радыё і на тэлебачанні ў вызначаныя ЦВК дні і ў межах адведзенага ім часу. Але на пачатку перыяду датэрміновага галасавання ён звярнуўся са штогадовым Пасланнем беларускаму народу і Нацыянальнаму сходу. Няма сумневу, што гэта была яго перадвыбарчая праграма. Бо выступ паўтараў шэраг раней агучаных ім тэзаў. А канцоўка Паслання адсылала да ранейшых заяў датычна сілавога варыянту захавання ўлады: “*И помните, у нас есть милиция, и армия, и спецслужбы. Это дети тех, кого вы хотите запрячь в телегу и погонять кнутом. Они — люди в погонах — вам этого сделать не позволят! (…) Вы опоздали ровно на четверть века. Мы сегодня крепко держим в руках будущее. Будущее нашей независимой Беларуси. Страну мы вам не отдадим”. (*https://www.sb.by/articles/prezident-nezavisimost-stoit-dorogo-no-ona-stoit-togo-chtoby-ee-sokhranit-i-peredat-budushchim-pokol.html)

Пасланне транслявалася наўпрост удзень і ў запісу ўвечары ў самы рэйтынгавы час практычна па ўсіх тэлевізійных каналах і на дзяржаўным радыё. Сумарны эфірны час выступу прэтэндэнта склаў прыкладна 24 гадзіны.

Для параўнання: паводле вызначанай ЦВК працэдуры, кожны кандыдат меў права на два паўгадзінныя звароты да выбаршчыкаў па ТБ і два паўгадзінныя выступы на радыё ў нярэйтынгавы час.

*3.3 Выбаршчыкі, недзяржаўныя медыя і іх пазіцыянаванне*

Цягам усёй выбарчай кампаніі ў дзяржаўных медыя выразнай была тэндэнцыя крыміналізацыі апанентаў рэжыму, а менавіта, гаворка пра выбаршчыкаў-прыхільнікаў некаторых альтэрнатыўных кандыдатаў. Да прыкладу, праграма *“Главный эфир” (“Беларусь 1”, 31.05.2020)*, інтэрв’ю з першым намеснікам міністра ўнутраных спраў краіны, сп. Г. Казакевічам: *«…В последнее время стали поступать угрозы в отношении председателей избирательных комиссий, которые проводили выборы в парламент. Т. е. сами комиссии еще не сформированы на нынешние выборы, а угрозы людям и членам их семей уже поступают».*

Двума тыднямі пазней праграма *“Наши новости. Субботний выпуск”, (АНТ, 13.06.2020)* паведаміла пра пагрозы жонцы аднаго з міліцыянтаў, які ўдзельнічаў у затрыманні кіраўніка ініцыятыўнай групы сп-ні Ціханоўскай. Міністр унутраных спраў сп. Караеў казаў: *“Другое дело, что супруге пошли угрозы, что она супруга милиционера этого. Ну мы их, естественно, установим”.*

“*Есть и другие примеры. Уголовщина, не иначе”,* — пракаментавала словы міністра журналістка.

Маючы надзвычай негатыўную рэпутацыю, выбаршчыкі, якія падтрымлівалі альтэрнатыўных кандыдатаў, у дзяржаўных медыя цалкам адсутнічалі. Увогуле ж ніхто з апанентаў не меў у іх голасу. Названыя медыя адно агучвалі пазіцыю “за Лукашэнку”.

Асабліва шмат такіх выказванняў было ў заключны перыяд кампаніі падчас датэрміновага галасавання. Галасы гэтых выбаршчыкаў (суб’ект *“Электарат”)* адлюстраваныя на дыяграмах. Пераважна зялёны колер азначае, што дзяржаўныя медыя рэпрэзентавалі такіх выбаршчыкаў у станоўчым святле. Раз-пораз пазітыўныя выказванні “пацвярджаліся” дадзенымі сацыялагічных апытанняў, праведзеных невядомымі ці малавядомымі праўладнымі цэнтрамі.

Бадай упершыню за ўсю гісторыю правядзення выбарчых кампаній у краіне дзяржаўныя СМІ пачалі казаць пра пагрозу стабільнасці грамадству з боку недзяржаўных медыя, якія, на іх думку, выкарыстоўваюць новыя тэхналогіі для каардынацыі пратэстных дзеянняў. У прыватнасці, гаворка ішла пра Telegram каналы, а таксама Радыё “Свабода”.

У тыднёвай праграме *“Клуб редакторов” (“Беларусь 1”)* кіраўнік Белтэлерадыёкампаніі сп. Эйсмант адзначыў: *“Калі ўважліва паглядзець гэтыя дзівосныя стрымы Радыё “Свабода” з усіх гэтых пікетаў, якія ператвараліся ў масавыя мерапрыемствы, што пацверджана загалоўкамі ў незалежных СМІ, канешне, там абсалютна праглядаецца тэхналогія. «Чаго вы прыйшлі?» — «Я незадаволены». «За каго будзеце галасаваць?» — «Я буду галасаваць супраць». «А хто пераможа?» — «Пераможам, бадай што, не мы». «А што вы будзеце рабіць 9 жніўня?..»* <https://www.svaboda.org/a/30692928.html>

Крыху пазней у падрыхтоўцы канфлікту былі абвінавачаныя і беларускія недзяржаўныя медыя. Падчас перадачы *“Клуб редакторов”* старшыня Белтэлерадыёкампаніі сп. Эйсмант цвердзіў: *“Часть СМИ, довольно популярных, откровенно стала на антигосударственные рельсы…”.* А галоўны рэдактар *“Беларусь сегодня”* сп. Жук удакладніў: *“Они переворот готовят”.*

*“Негосударственные СМИ ведут войну против другого мнения”, —* падсумавала праграма выказванні сп. Жука*.* Цікавая дэталь: калі гаворка заходзіла пра недзяржаўныя медыя і незалежных журналістаў, то на заднім плане інтэр’ера студыі раз-пораз з’яўляліся баявыя патроны з пяром альбо граната *(“Клуб редакторов”, “Беларусь 1”, 24.07.2020).*

*3.4 Недзяржаўныя медыя*

Нагадаю, што аб’ектамі маніторынгу былі зарэгістраваныя недзяржаўныя медыя, а менавіта — інтэрнэт-газета [*www.naviny.by*](http://www.naviny.by)і друкаваныя выданні *“Народная воля” і “Комсомольская правда” в Беларуси”.*

Апошнія канцэнтравалі сваю ўвагу на галоўных дзеючых асобах выбарчага працэсу: кандыдатах, іх штабах, ЦВК і апазіцыі. Яны дастаткова шырока асвятлялі сустрэчы з выбаршчыкамі. Перадусім гаворка пра самую папулярную кандыдатку сп-ню Ціханоўскую, якую дзяржаўныя медыя альбо ігнаравалі, альбо партрэтавалі негатыўна.

А на пачатку кампаніі вялікі блок інфармацыі тычыўся арыштаванага прэтэндэнта сп. Бабарыкі, кіраўніка штаба сп-ні Ціханоўскай, яе мужа Сяргея Ціханоўскага, зняволеных блогераў і актывістаў. А таксама затрыманняў журналістаў.

Матэрыялы інтэрнэт-газеты [*www.naviny.by*](http://www.naviny.by), датычная кампаніі, уваходзілі ў топ самых важных. І публікаваліся ў адпаведнай рубрыцы. Кампанія асвятлялася як у інфармацыйным, так і аналітычным ключы. Інтэрнэт-выданне ладзіла таксама дэбаты некаторых прэтэндэнтаў на прэзідэнцкую пасаду.

Матэрыялы газеты былі збалансаваныя, што бачна з ацэнак суб’ектаў і ўвагі, якая размяркоўвалася паміж імі. А кола ўдзельнікаў выбарчай кампаніі было шырэйшым чым у дзяржаўных СМІ. Фокус увагі пры гэтым быў скіраваны на прэтэндэнтаў, але прапорцыі яе размеркавання былі іншыя параўнальна з дзяржаўнымі медыя.

Газета *“Народная воля”* сканцэнтравала сваю ўвагу на альтэрнатыўных прэтэндэнтах, якіх ацэньвала пераважна нейтральна альбо нейтральна і пазітыўна, калі гаворка ішла пра Ціханоўскую ці Бабарыку. Нейтральна і крытычна ставілася яна да дзеючага Прэзідэнта, ЦВК і ўладаў.

*“Комсомольская правда”* ў дачыненні да прэтэндэнтаўнайчасцейзаймала нейтральную пазіцыю і,гэтак жа сама як і *“Народная воля”,* у шэрагу выпадкаў крытычна ставілася да ЦВК і ўладаў.

Адрозна ад дзяржаўных медыя названыя выданні імкнуліся пазбягаць ананімнасці актараў кампаніі, а таксама падавалі афіцыйныя назвы грамадскіх арганізацый, рухаў і палітычных партый.

**Ацэнкі кампаніі**

Дзяржаўныя медыя ацанілі прамінулую кампанію ў традыцыйным ключы. Г. зн., перадусім адзначылі святочны характар дня галасавання.

*“Понимаете, это праздник”,* — цытавала БелТА словы сп. Лукашэнкі. (<https://www.belta.by/president/view/lukashenko-vybory-proshli-kak-prazdnik-no-te-kto-zahotel-ego-isportit-zasvetilis-esche-jarche-402288-2020/> ) А кіраўнік аднаго з гарвыканкамаў Магілёўскай вобласьці выказаўся так: *“На самом деле это праздник… для нашего города и вообще для нашей страны” (“Навіны Рэгіёна”, ТРК “Магілёў”, “Беларусь 4”, 09.08 2020).*

І ўжо ўвечары асноўнага дня галасавання дзяржаўнае тэлебачанне паведамляла пра перамогу дзеючага Прэзідэнта. Праграма *“Наши новости”, АНТ* (09.08.2020): *“Лидирует Лукашенко”.* І ў тым жа фрагменце інфармацыі адзначалася, што на закрытых (вайсковых) участках за яго прагаласавала 93,71% выбаршчыкаў.

На наступны дзень дзяржаўныя СМІ распаўсюдзілі заяву місіі назіральнікаў ад краін СНД пра тое, што выбары адбыліся, былі канкурэнтныя і адкрытыя. БелТА цытавала старшыню названай місіі сп. С. Лебедзева: *"Миссия СНГ не обнаружила фактов, ставивших под сомнение легитимность выборов Президента Беларуси. (…) Миссия Содружества приходит к выводам, что выборы 9 августа проведены в соответствии с Конституцией и Избирательным кодексом Беларуси. Они были открытыми, конкурентными и обеспечили свободное волеизъявление граждан Беларуси".* (<https://www.belta.by/politics/view/missija-sng-ne-obnaruzhila-faktov-stavivshih-pod-somnenie-ligitimnost-vyborov-prezidenta-belarusi-402256-2020/>).

А таксама ўсе дзяржаўныя медыя публікавалі віншаванні афіцыйных асобаў адрасаваныя Лукашэнку з нагоды ягонай перамогі на выбарах.

Сімптаматычна, што напярэдадні дня галасавання недзяржаўнае інтэрнэт-выданне *naviny. by* размясціла відэа, у якім распавядалася пра механізмы фальсіфікацыі выбараў у краіне ([https://naviny.by/node/416163](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fnaviny.by%2Fnode%2F416163%3Ffbclid%3DIwAR2BXdj3MgAwXzFzZsDHj_dlzUyGXFXPVqp3PZH8bqPyc_62A8iTYIKYt-w&h=AT1KiSpjkw4l8QBk9lMBwuakU-xJsPpOx_7QHrf-_dXWqlbfzHijjD5WGLwoOKRwtWr688JPfIP7Jkz-0OwyQb-wDRLIpC09l6xXvXW3D5wAbkUnB6yKCDOj-LqcKJdlvB5Q&__tn__=-UK-R&c%5b0%5d=AT02tGb0mzmUUM_LWdi_RLSVWhUsn9EgBKjlih1pt3QvwzHEIX3OILl63jDr2aWfovtEpJabHmzQa_a7bkB4GeTbckOOPx0pYf2_xGFrP5uTJ5RtuXScZCnAISB7bqD2ou1vk8ZGxkjjyrII_PSJ3gb5wWRIypKF0D3_zKtAK0iQOPCkIk0Y6Kf0o1k)). І ўжо цягам дня, гэтак жа сама, як і ў наступныя пасля галасавання, пачалі з’яўляцца паведамленні пра выдаленні незалежных назіральнікаў з выбарчых участкаў, іх затрыманні, несумленны падлік галасоў, падробленыя пратаколы ды іншыя парушэнні.

А ў тых выпадках, калі падлік галасоў вёўся сумленна і выбаршчыкі змаглі пазнаёміцца з пратаколамі выбарчых камісій, сталася відавочна, што большасць прагаласавала супраць дзеючага Прэзідэнта.

Газета *“Комсомольская правда” в Белоруссии”(14. 08.2020)* пісала: “*Рассказал «Комсомолке» Георгий. – Примерно в 22.50 вышел милиционер и сказал, что заведет одного представителя сфотографировать протокол. На участке № 8 за Тихановскую проголосовали 1869 человек, за Лукашенко – всего 705…”.*

І яшчэ цытата з таго ж матэрыялу пад назвай *“На некоторых участках в Минске Тихановская в несколько раз обошла Лукашенко”: “С большим перевесом Тихановская победила и на участке № 11 в поселке Лесной под Минском — более чем в пять раз. За Лукашенко тут проголосовали всего 178 избирателей, за Тихановскую — 947.*

*Ну а рекорд, судя по всему, был поставлен на участке № 27 в деревне Копище рядом с микрорайоном Новая Боровая: Тихановская набрала в 15 раз больше голосов, чем Лукашенко! Согласно вывешенному протоколу, за действующего президента — 83 избирателя, а за Тихановскую — 1248*” (https://www.kp.by/daily/217167/4267621/).

`Пра фальсіфікацыі і тое, як яны адбываліся, пісалі і іншыя недзяржаўныя газеты. *“Народная воля”:* *“З самых розных рэгіёнаў сцякаецца інфармацыя пра фальсіфікацыю вынікаў галасавання на шостых па ліку прэзідэнцкіх выбарах. У сеціве з’явіліся нават аўдыязапісы з выразным галасавым гучаннем мясцовых вертыкальшчыкаў наконт таго, што трэба перапісаць пратаколы на карысць А. Лукашэнкі” (В. Карбалевіч, “Народ пераможа”, 14.08.2020).*

Асаблівасцю дня галасавання падчас гэтай кампаніі было тое, што да самага закрыцця выбарчых участкаў на вуліцах стаялі чэргі выбаршчыкаў. І шмат хто з іх заставаўся чакаць выніковых пратаколаў. Электрызаванасці сітуацыі дадаваў і той факт, што ўжо апоўдні з’явіліся перабоі ў працы інтэрнэту. Сайты недзяржаўных выданняў, якія актыўна асвятлялі выбарчую кампанію, час ад часу рабіліся недаступнымі.

І пасля закрыцця ўчасткаў выбаршчыкі пачалі стыхійна і масава збірацца на вуліцах беларускіх гарадоў.

**Высновы**

Дзяржаўныя медыя працавалі на карысць толькі аднаго прэтэндэнта — сп. Лукашэнкі. Нягледзячы на магчымасць прамых відэа- і аўдыязваротаў, апаненты дзеючага Прэзідэнта заставаліся ў ценю.

Названыя медыя не былі пляцоўкай для выказвання і абмеркавання альтэрнатыўных ці крытычных поглядаў адносна цяперашняга стану рэчаў у краіне, перспектываў яе развіцця і будучыні.

З ацэнак дзяржаўнымі СМІ шматгадовай дзейнасці Прэзідэнта Лукашэнкі вынікала, што яму няма альтэрнатывы. І ягонае непераабранне будзе найгоршым сцэнаром, з якога будуць вынікаць хаос, вайна, падзел краіны і страта незалежнасці.

Ад пачатку выбарчай кампаніі было відавочна, што дзеючы Прэзідэнт гатовы да сілавога варыянту ўтрымання ўлады.

Недзяржаўныя медыя асвятлялі выбарчую кампанію ў пераважна інфармацыйным ключы, выразна пазначалі пазіцыі розных кандыдатаў, ставіліся да іх нейтральна ці крытычна, а таксама агучвалі меркаванні розных удзельнікаў выбарчага працэсу. Важнай часткай асвятлення кампаніі былі таксама аналітычныя матэрыялы і меркаванні экспертаў і палітолагаў.

Ва ўсіх папярэдніх кампаніях (як прэзідэнцкіх, так і парламенцкіх) уплыў дзяржаўных СМІ на электаральны працэс быў вырашальны. Аднак падчас сёлетняй кампаніі яны, відавочна, страцілі частку свайго ўплыву, пра што сведчыла колькасць наведванняў і каментароў да выкладзеных у YouTube медыйных прадуктаў, якія належаць дзяржаўным тэлеканалам. Гаворка фактычна пра новы баланс даверу/недаверу да гэтых медыя.

Яшчэ адна прычына пераарыентацыі ўвагі выбаршчыкаў — прысутнасць у медыйнай прасторы краіны альтэрнатыўных крыніц інфармацыі са значна больш актуальным і дынамічным, чым у дзяржаўных электронных медыя, кантэнтам. Цягам усёй кампаніі гэтыя крыніцы былі лёгка даступныя праз мабільны інтэрнэт.

Ацэнкі выбарчай кампаніі, а таксама тое, як дзяржаўныя медыя асвятлялі саму кампанію, яе вынікі, масавыя пратэсты, замоўчваючы пры гэтым шматлікія затрыманні, брутальнае збіццё і катаванні мірных пратэстоўцаў, — падставы казаць пра сур’ёзны крызіс афіцыйнай журналістыкі.

Выбарчая кампанія таксама выявіла, што ў грамадстве сфармавалася рэальная патрэба ў гарызантальнай і нецэнзураванай камунікацыі. Шматлікія затрыманні журналістаў недзяржаўных медыя з’яўляюцца спробай разбурыць такую камунікацыю.

1. Якасны аналіз абапіраўся на [Кодэкс журналісцкай этыкі (прыняты ў 2006 годзе на з'ездзе ГА “БАЖ”)](http://baj.by/be/node/132); [Дэкларацыя прынцыпаў прафесійнай этыкі журналіста](http://baj.by/be/node/133); [Освещение выборов в СМИ (Беларусь). Редакция 2016 г.](http://baj.by/be/node/29387); [Международные стандарты освещения выборов в СМИ](http://baj.by/be/node/29454) (Юридические и этические стандарты, рекомендации СМИ и отдельным журналистам).

   А колькасны — на падлік часу (плошчы), адведзеных выбарчаму працэсу і яго галоўным дзеючым асобам. Дадаткам да гэтага Бюлетэню з’яўляюцца абагульняючыя графікі, з якіх можна счытаць інфармацыю датычна колькасных паказчыкаў маніторынгу і манеры рэпрэзентацыі розных суб’ектаў выбарчай кампаніі. [↑](#footnote-ref-2)
2. *Гэта навінавая праграма “Панорама” (“Беларусь 1”), праграма “Наши новости” (АНТ), штотыднёвая праграма “Главный эфир” (“Беларусь 1”), штотыднёвая праграма “Контуры” (АНТ), праграма ”Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё), праграма “Навіны-рэгіён” (ТРК “Магілёў”); інтэрнэт-рэсурсы* [*www.naviny.by*](http://www.naviny.by) *і* [*www.belta.by*](http://www.belta.by)*; друкаваныя СМІ: “Беларусь сегодня”, “Народная воля”,”Звязда”, “Комсомольская правда” в Беларуси”, “Мінская праўда”, “Могилёвская правда”.* [↑](#footnote-ref-3)